

Fakultet političkih nauka / Novinarstvo / POLITIČKI MARKETING

Uslovljenost drugim predmetima	Nema uslovljenosti
Ciljevi izučavanja predmeta	Ovladavanje studenata principima, logikom i vještinama političkog marketinga
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Olivera Komar dr Nemanja Batrićević
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, diskusije, grupni rad, primjena naučenog iz metoda istraživanja
I nedjelja, pred.	Predstavljanje predmeta
I nedjelja, vježbe	Predstavljanje plana praktične nastave
II nedjelja, pred.	Politički marketing i politički sistem, marketing u politici i ekonomiji, marketing, politička komunikacija i PR
II nedjelja, vježbe	Počeci marketinga u politici - primjeri
III nedjelja, pred.	Izborna strategija i izborna kampanja
III nedjelja, vježbe	Organizacija izborne kampanje u praksi
IV nedjelja, pred.	Razvoj političkog marketinga
IV nedjelja, vježbe	Političke kampanje u demokratijama: slučaj američkih izbora 2016. godine
V nedjelja, pred.	Motivacija za učešće u politici
V nedjelja, vježbe	Primjena teorija o motivaciji u Crnoj Gori
VI nedjelja, pred.	Segmentacija biračkog tijela
VI nedjelja, vježbe	Stavovi birača u Crnoj Gori
VII nedjelja, pred.	Kandidati
VII nedjelja, vježbe	Konsultacije pred prezentovanje kampanja
VIII nedjelja, pred.	Žene u politici
VIII nedjelja, vježbe	Prezentovanje kampanja
IX nedjelja, pred.	Konstrukcija doživljaja političke stvarnosti
IX nedjelja, vježbe	Prezentovanje kampanja
X nedjelja, pred.	Propaganda u političkom marketingu
X nedjelja, vježbe	Prezentovanje kampanja
XI nedjelja, pred.	Negativne kampanje
XI nedjelja, vježbe	Prezentovanje kampanja
XII nedjelja, pred.	Politički marketing na internetu
XII nedjelja, vježbe	Prezentovanje kampanja
XIII nedjelja, pred.	Mjerenje učinaka političkog marketinga
XIII nedjelja, vježbe	Prezentovanje kampanja
XIV nedjelja, pred.	Izazovi političkog komuniciranja u savremenom svijetu
XIV nedjelja, vježbe	Prezentovanje kampanja
XV nedjelja, pred.	Rekapitulacija predmeta
XV nedjelja, vježbe	Prezentovanje kampanja
Obaveze studenta u toku nastave	Učestvovati u grupnom radu Prisustovati predavanjima i vježbama
Konsultacije	Kontakti: - Olivera Komar, oliverak@ac.me - Nemanja Batrićević, nemanja.b@ac.me
Opterećenje studenta u casovima	
Literatura	Šiber, Ivan, Politički marketing, Politička kultura, Zagreb, 2003. Materijali i prezentacije sa predavanja i vježbi koji su obavezni dio literature

Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Grupni rad – do 50 bodova Završni usmeni ispit – do 50 bodova Ispit se polaže sa 51 bod.
Posebne naznake za predmet	Nema
Napomena	
Ishodi učenja	Ishodi učenja obuhvataju širok spektar vještina, znanja i kompetencija, koje odražavaju interdisciplinarnu prirodu discipline koja kombinuje političke nauke, principe marketinga, strategije komunikacije i studije medija. Izučavajući ovaj predmet, studenti i studentkinje će: - Steći sveobuhvatno razumijevanje ključnih pojmova, teorija i okvira u političkom marketingu, uključujući ponašanje birača, strategije kampanje, brendiranje i segmentaciju. - Razviti sposobnost kritičke analize političkih kampanja, izbornih strategija i političke komunikacije kroz prizmu principa marketinga. - Naučiti kako razviti i implementirati strateške marketinške planove za političke kampanje, uključujući ciljanje i pozicioniranje, razvoj poruka i planiranje medija. - Razumjeti ulogu i uticaj digitalnih i društvenih medija u političkom marketingu, uključujući korištenje analitike podataka, platformi društvenih medija i digitalnog oglašavanja za angažovanje birača i uticaj na javno mnijenje. - Prepoznati etičke implikacije strategija političkog marketinga i važnost odgovorne komunikacije u političkoj sferi. - Poboljšati usmene i pisane komunikacijske vještine, s fokusom na kreiranje uvjerljivih poruka, govora i materijala za kampanje koji rezoniraju s raznolikim publikama. - Steći vještine u metodama istraživanja relevantnim za politički marketing, uključujući ankete mišljenja birača, fokus grupe i analizu sadržaja političkih medija. - Razumjeti kako se strategije političkog marketinga razlikuju među različitim kulturološkim i političkim sistemima, i kako globalni trendovi utiču na lokalne političke pejzaže. - Kroz analizu studija slučaja konkretnih kampanja, učiti iz stvarnih primjera uspješnih i neuspješnih političkih marketinških kampanja, izvlačeći lekcije i najbolje prakse.